

Inhalt

1 Einleitung	9
1.1 Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure – ein erster Zugang	11
1.2 Forschungsfeld – Öffentlichkeits- und Europäisierungsforschung	17
1.3 Forschungsperspektiven und Forschungsdesign	21
1.4 Aufbau des Buchs	23
2 Öffentlichkeitsakteure – Zugänge zu Öffentlichkeit	27
2.1 Öffentlichkeit als Voraussetzung und als Potenzial	28
2.1.1 Öffentlichkeit als Voraussetzung	31
2.1.2 Öffentlichkeit als Potenzial	38
2.2 Struktur- und akteursorientierte Zugänge zu Öffentlichkeit	48
2.3 Öffentlichkeitsakteure als Heuristik	57
3 Transkulturalität – Kommunikationsräume im Wandel	65
3.1 Öffentlichkeit als Kommunikationsraum	66
3.2 Transkulturalität als Forschungsperspektive	74
4 Gestaltungspotenziale – theoretische Bausteine eines akteursorientierten Zugangs zu grenzüberschreitender politischer Kommunikation	81
4.1 Eine dramatologische Perspektive	82
4.2 Jenseits von ‚constraints‘ – Verortungen in der Öffentlichkeitsdiskussion	96
4.2.1 Öffentlichkeit als mediatisiert	100
4.3 Gestaltungspotenziale und transkulturelle Öffentlichkeitsakteure	105
5 Forschungsdesign und Forschungsmethoden	115
5.1 Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure als Gegenstand von Theorieentwicklung	116
5.2 Sampling und Datenerhebung	123

5.3	Auswertung	136
6	Gestaltungskompetenzen – Auswerten und Auftreten	141
6.1	Medienkompetenzen als Teil von Gestaltungspotenzialen	142
6.2	Inhalte analysieren und bewerten	145
6.2.1	Deutschland und Polen	145
6.2.2	Historische Themen und Folgethemen	148
6.2.3	Die Brüder Kaczyński	153
6.2.4	Europa	156
6.3	Mediale Kontexte analysieren und bewerten	159
6.3.1	Redaktionelle Produktionsbedingungen	160
6.3.2	Politische Redaktionslinien	162
6.4	Auftreten	165
6.4.1	Sprachkompetenzen	166
6.4.2	Kulturelle Kompetenzen	169
6.4.3	Mediale Kompetenzen	173
6.4.4	Teilhabe an Netzwerken	178
6.5	Transkulturelle Gestaltungskompetenzen	181
7	Akteursmodi – drei Formen öffentlichen Auftretens	185
7.1	Der Experten-Modus	186
7.1.1	Selbstwahrnehmung	191
7.1.2	Anliegen	193
7.1.3	Wahrgenommene Fremdwahrnehmung	196
7.1.4	Mediale Zusammenarbeit	200
7.2	Der Intellektuellen-Modus	202
7.2.1	Selbstwahrnehmung	206
7.2.2	Anliegen	208
7.2.3	Wahrgenommene Fremdwahrnehmung	211
7.2.4	Mediale Zusammenarbeit	213
7.3	Der Celebrity-Modus	215
7.3.1	Selbstwahrnehmung	220
7.3.2	Anliegen	223
7.3.3	Wahrgenommene Fremdwahrnehmung	225
7.3.4	Mediale Zusammenarbeit	228
7.4	Akteursmodi als Formen transkulturellen medialen Auftretens	230
8	Diskurskontexte – Gestaltungspotenziale transkultureller Öffentlichkeitsakteure im Diskursfeld deutsch-polnischer politischer Kommunikation	235

8.1	Zur Analyse von Diskurskontexten	236
8.2	„Versöhnungskitsch“ – Deutungsmuster im Diskurskontext Versöhnung	240
8.2.1	Deutungsmuster transkultureller Öffentlichkeitsakteure	245
8.2.2	Mediale Deutungsmuster	249
8.2.3	Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure im Diskurskontext Versöhnung	252
8.3	„Der Preis: ihr Kopf“ – Deutungsmuster im Diskurskontext Erika Steinbach	255
8.3.1	Deutungsmuster transkultureller Öffentlichkeitsakteure	259
8.3.2	Mediale Deutungsmuster	263
8.3.3	Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure im Diskurskontext Erika Steinbach	268
8.4	„Die deutsch-polnischen Beziehungen haben nicht mehr die Bedeutung, die sie mal hatten“ – Deutungsmuster im Diskurskontext Europa	270
8.4.1	Deutungsmuster transkultureller Öffentlichkeitsakteure	271
8.4.2	Mediale Deutungsmuster	275
8.4.3	Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure im Diskurskontext Europa	279
8.5	Gestaltungspotenziale im transkulturellen Diskursfeld deutsch-polnischer politischer Kommunikation	280
9	Transkulturelle Gestaltungspotenziale – Schlussbetrachtung	283
9.1	Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure als Teil des kommunikativen Wandels im Diskursfeld deutsch-polnischer politischer Kommunikation – Ergebnisse	284
9.2	Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure als akteurszentrierter Zugang zu grenzüberschreitender medienvermittelter Öffentlichkeit – Konzepte	290
9.2.1	Öffentlichkeitsakteur	291
9.2.2	Transkulturelle Gestaltungspotenziale	295
9.2.3	Öffentlichkeit als transkultureller Kommunikationsraum	299
9.3	Weitere Forschungsperspektiven	303
	Literaturverzeichnis	309

Transkulturelle Öffentlichkeitsakteure
Gestaltungspotenziale in der deutsch-polnischen
politischen Kommunikation

Möller, J.

2017, VII, 316 S. 11 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-15917-7